

# Social Media Guidelines

---

## Kontakt:

Marit Haferkamp  
Universitätskommunikation  
Web- und Social Media Redakteurin

Telefon: +49 (0) 36 43/58 11 85  
E-Mail: [marit.haferkamp@uni-weimar.de](mailto:marit.haferkamp@uni-weimar.de)

[www.uni-weimar.de/socialmedia](http://www.uni-weimar.de/socialmedia)

Stand: 25. Juni 2021

## Die Bauhaus-Universität Weimar in sozialen Medien

Der Begriff »Social Media« ist eine Sammelbezeichnung für verschiedene Internetangebote, die sich aus nutzergenerierten Inhalten zusammensetzen. Täglich wird über die Bauhaus-Universität Weimar und deren Themenschwerpunkte im Internet diskutiert. Jede Äußerung in diesem Rahmen prägt damit das Bild der Universität in der Öffentlichkeit.

Die sogenannten sozialen Medien ermöglichen es, mit verschiedensten Gruppen in Kontakt zu treten. Blogs, Wikis und Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter bieten die Chance, Meinungen, Gedanken und Erfahrungen z.B. mit Studierenden, Alumni, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie der interessierten Öffentlichkeit auszutauschen. Durch den aktiven Einsatz von Social Media in der Kommunikation der Universität bleibt die Bauhaus-Universität Weimar auch in diesen Kanälen sichtbar und im Gespräch.

Folgende Profile der Bauhaus-Universität Weimar werden redaktionell von der Universitätskommunikation betreut:

**Facebook** <https://www.facebook.com/bauhausuni/>

**Instagram** [https://www.instagram.com/bauhaus\\_uni/](https://www.instagram.com/bauhaus_uni/)

**Twitter** [https://twitter.com/bauhaus\\_uni](https://twitter.com/bauhaus_uni)

**Vimeo** <https://vimeo.com/uniweimar>

Auch als Mitarbeitende oder Studierende der Bauhaus-Universität Weimar laden wir Sie ein, aktiv mitzuwirken. Nutzen Sie Social Media, um Interessierte über Veranstaltungen, neue Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Forschung und Projekte zu informieren! Gleichzeitig müssen Risiken bedacht, Regelungen, Gesetze sowie Vertraulichkeitspflichten berücksichtigt werden.

Der vorliegende Leitfaden gibt einen Überblick zu den Grundregeln und dient Ihnen als Handlungsempfehlung für einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien.

Für weitere Fragen rund um Erstellung, Verwaltung und Monitoring von Social Media-Kanälen können Sie uns gern kontaktieren:

Marit Haferkamp  
Universitätskommunikation  
Web- und Social Media-Redakteurin

Telefon: +49 (0) 36 43/58 11 85

E-Mail: [marit.haferkamp@uni-weimar.de](mailto:marit.haferkamp@uni-weimar.de)

## » Handlungsempfehlungen für den Umgang mit Social Media

### **\_Trennen Sie deutlich zwischen privaten und beruflichen Aktivitäten**

Die Übergänge zwischen dienstlichen (Autor\*in in Blogs, Wikis oder im Bauhaus.Journal Online, persönlich-beruflichen (LinkedIn- oder XING-Profil als Mitarbeiter\*in) und rein privaten Aktivitäten (Facebook mit privater E-Mail-Adresse) sind häufig fließend. Daher ist es umso wichtiger, dass Sie sich der unterschiedlichen Rollen, die Sie einnehmen, bewusst sind.

Dienstliche Social Media-Aktivitäten sind diejenigen, die Sie offiziell im Namen der Bauhaus-Universität Weimar oder unter Verwendung der Dienst-E-Mail-Adresse als Kontakt unternehmen. Zweck der dienstlichen Nutzung sollten Information und Kommunikation sein.

Beispiel:

\_ Sie unterhalten einen personalisierten Twitter-Account mit Uni-E-Mail und Nennung Ihrer Position in der Universität, um von Ihrer Forschung, Tagungen und Konferenzen zu twittern und sich mit anderen Teilnehmenden und der Öffentlichkeit auszutauschen.

\_ Sie betreuen einen Instagram-Kanal zu einem Thema oder Projekt, wozu Sie einen Account mit Uni-E-Mail und Ihrer Funktionsbeschreibung angelegt haben.

Bei der dienstlichen Nutzung von Social Media-Angeboten ist Transparenz und Offenheit unerlässlich für den Aufbau vertrauensvoller Beziehungen. Verstecken Sie sich daher nicht hinter einem Pseudonym oder vollkommener Anonymität – nennen Sie Ihren vollen Namen und machen Sie die Zugehörigkeit zur Universität und gegebenenfalls Ihre Funktion deutlich. Aus diesem Grund raten wir von Beiträgen oder Kommentaren unter falschem Namen grundsätzlich ab.

Wenn Sie sich in öffentlichen Social Media-Kanälen als Angehörige\*r der Universität zu einem beruflichen Thema äußern, schreiben Sie Ihre Meinung immer erkennbar aus der »Ich«- Perspektive und vermeiden Sie Formulierungen, die als Sicht der gesamten Hochschule wahrgenommen werden könnten.

Offizielle Statements, Erklärungen und Publikationen der Bauhaus-Universität Weimar werden auch im Internet nur von

autorisierten Mitarbeiter\*innen aus der Universitätskommunikation oder der Universitätsleitung veröffentlicht.

### **\_Sprechen Sie immer nur für sich selbst**

Grundsätzlich sind Sie für alle Ihre Äußerungen in sozialen Netzwerken selbst verantwortlich. Sprechen Sie nur für sich und am besten ausschließlich in der »Ich«-Form. So machen Sie deutlich, dass es sich um Ihre private Meinung handelt.

### **\_Behalten Sie vertrauliche Informationen für sich**

Besonders wichtig: Internes bleibt intern. Behandeln Sie alle geheimhaltungsbedürftigen Informationen unserer Hochschule und Partner streng vertraulich. Kommunizieren Sie bitte nichts, was Ihnen oder der Universität schaden könnte.

### **\_Halten Sie sich an geltendes Recht**

Das Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte sowie das Recht am geistigen Eigentum und am eigenen Bild gelten auch und ganz besonders im Internet. Veröffentlichen Sie nur solche Inhalte, die von Ihnen selbst

stammen oder geben Sie bei Drittinhalten immer die Quelle an.

Bitten Sie abgebildete Personen mindestens mündlich um ihr Einverständnis zu einer Online-Veröffentlichung und dokumentieren Sie die getroffene Vereinbarung.

[» Einverständniserklärung zum Download](#)

### **\_Handeln Sie respektvoll**

Respekt, Freundlichkeit, Toleranz und Ehrlichkeit zählen zu unseren Verhaltensgrundsätzen – und gelten natürlich auch im Internet.

Social Media steht für Dialog auf Augenhöhe. Wenn Mitarbeiter im Universitätskontext in den Dialog treten, sollten sie ihrem Gegenüber mit Respekt begegnen, authentisch, unzweideutig und konstruktiv kommunizieren.

Vorsicht mit Humor, Ironie und Sarkasmus – ohne Mimik und Gestik sind sie oft schwer zu bemerken. Üben Sie bitte niemals öffentliche Kritik an Universitätsangehörigen und Partnern.

## » Checkliste für die berufliche Nutzung von Social Media

### \_ Planen Sie sorgfältig

Folgende Fragen sollten Sie sich für die Konzeption Ihres Kanals stellen:

\_ Was sind die Ziele Ihrer Institution/Abteilung, Ihres Projekts?

\_ Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Social Media-Präsenz?

\_ Welche Inhalte möchten Sie kommunizieren?

\_ Welche Zielgruppe möchten Sie erreichen? Welche Kanäle benutzt diese?

\_ Welche Wirkung und welchen Mehrwert soll der Kanal erzielen?

\_ Haben Sie genügend dauerhafte redaktionelle Ressourcen?

\_ Definieren Sie das Rechte-Management Ihrer Accounts.

Sammeln Sie mögliche Themen für Ihren Social Media-Kanal am besten mit einem Redaktionsplan.

Erfolgreiche Inhalte sind relevant, bereichernd und/oder unterhaltend. Stellen Sie Ihrer Community die »richtigen« Fragen, um Interaktionen anzuregen. Geben Sie Antworten, die Sie als Expert\*in im jeweiligen Gebiet ausweisen.

### \_ Unterschätzen Sie den Aufwand nicht

Bitte beachten Sie, dass die Verwaltung und Pflege der Kommunikationskanäle viel Aufmerksamkeit, Gründlichkeit und kontinuierliche personelle Ressourcen erfordert. Voraussetzungen für erfolgreiche Social Media-Profilen sind:

\_ Qualifiziertes Redaktionsteam

\_ Sicherstellung eines zuverlässigen Monitorings, um wenn nötig schnell auf Anfragen oder Kommentare reagieren zu können

\_ Sie sollten in allen Netzwerken, in denen Sie aktiv sind, regelmäßig Beiträge veröffentlichen und mit für Ihren Bereich oder Ihr Projekt passenden Kanälen interagieren.

### \_ Prüfen Sie Ihre Inhalte vor der Veröffentlichung

Nutzen Sie alle zur Verfügung stehenden Ressourcen:

- \_ Bilder
- \_ Texte
- \_ multimediale Inhalte

Zum Einbinden von audiovisuellen Inhalten nutzt die Bauhaus-Universität Weimar einen Vimeo-Kanal. Die dort veröffentlichten Videos können sowohl auf Websites als auch in sozialen Netzwerken eingebettet werden. Möchten Sie einen Beitrag auf unserem Vimeo-Kanal veröffentlichen, wenden Sie sich bitte an die Web- und Social Media-Redakteurin.

Beachten Sie die Rechte Dritter, besonders:

- \_ Urheber- und Markenschutzrechte
- \_ Datenschutz und Recht auf informationelle Selbstbestimmung
- \_ Recht am eigenen Bild, Persönlichkeitsrechte

Hierzu gibt es ein [»Informationsschreiben des Justizars der Bauhaus-Universität Weimar«](#).

### \_ Geben Sie ein Impressum an

In Deutschland gilt zudem eine Impressumspflicht. Es ist zwingend nötig, in Druckerzeugnissen sowie in Online-Veröffentlichungen ein Impressum zu führen. Das gilt somit auch für Facebook-Seiten sowie Instagram- und Twitter-Accounts. Im Impressum müssen die Redaktion und ein Kontakt in Form einer natürlichen Person genannt werden.

Wenn Sie planen, das Impressum der Website der Bauhaus-Universität Weimar zu verwenden, sprechen Sie Ihr Vorhaben bitte mit der Web-Redakteurin ab.

## **\_Reagieren Sie sachlich auf Kritik**

Mit dem Engagement in sozialen Medien laden Sie zum Dialog und zur Interaktion ein. Nutzer\*innen nehmen mit Kommentaren, Bewertungen und Empfehlungen aktiv Bezug auf Ihre Beiträge. Dabei muss es sich nicht immer um positives Feedback handeln. Bei negativen Anmerkungen oder konstruktiver Kritik gilt es zu allererst Ruhe zu bewahren, um dann angemessen zu reagieren:

- \_ Denken Sie über Ihre möglichen Kommentare gründlich nach und bedenken Sie eventuelle Folgen.
- \_ Bleiben Sie freundlich, wertschätzend und respektvoll.
- \_ Schreiben Sie einfach, klar und verständlich.
- \_ Reagieren Sie nicht emotional, sondern immer sachlich und professionell.

Wenn Sie unsicher sind, beraten wir Sie gern.

Rechtswidrige, diskriminierende und eindeutig parteipolitisch motivierte Kommentare und Beiträge müssen umgehend gelöscht werden. Fertigen Sie einen Screenshot an und informieren Sie die Person über die Löschung des Beitrages. Veröffentlichen Sie folgenden Hinweis im Kontext des Kommentars:

»Ihr Beitrag wurde gelöscht. Sie haben darin gegen die Regeln der Netiquette im Netz verstoßen.«

### **Kontakte für Krisenkommunikation:**

Yvonne Puschatzki  
Leiterin der Universitätskommunikation  
Telefon: +49 (0) 36 43/58 11 70  
yvonne.puschatzki@uni-weimar.de

Claudia Weinreich  
Pressesprecherin  
Telefon: +49 (0) 36 43/58 11 73  
claudia.weinreich@uni-weimar.de

## **\_Unterstützen Sie Ihre Universität**

Nutzen Sie Social Media und die Möglichkeit, sich zu beteiligen! Wenn Sie eine Idee für einen Post mit Universitätsbezug haben, ihn aber nicht in Ihrem eigenen Account veröffentlichen wollen, schicken Sie uns gern eine Nachricht oder reichen Sie Ihre Anfrage über unser Webformular unter [www.uni-weimar.de/socialmedia](http://www.uni-weimar.de/socialmedia) ein.

Wir freuen uns über Themenvorschläge für die offiziellen Social Media-Kanäle der Universität und prüfen eine Veröffentlichungsmöglichkeit.

Senden Sie uns z.B. Fotos oder kurze Videos aus dem Uni-Alltag mit einer kurzen Situationsbeschreibung sowie Hinweisen zu den Urheber- und Persönlichkeitsrechten.

Wenn Sie die Bauhaus-Universität Weimar in Ihren privaten Profilen als Arbeitgeber angeben möchten, bitten wir Sie, nur die offiziellen Profile der Universitätskommunikation zu verbinden, siehe Seite 2. Achtung: Es gibt eine Vielzahl von Profilen, die nicht offiziell von uns geführt werden.

Die Universitätskommunikation der Bauhaus-Universität Weimar berät Sie auch gern zur Formulierung von Web-Texten und bei der Bildauswahl.

Wir freuen uns auf Ihre Anmerkungen und Anregungen zu diesen Guidelines!

### **Kontakt**

Marit Haferkamp  
Web- und Social Media-Redakteurin  
Telefon: +49 (0) 36 43 / 58 11 85  
E-Mail: [marit.haferkamp@uni-weimar.de](mailto:marit.haferkamp@uni-weimar.de)